心理科学进展 2021, Vol. 29, No. 8, 1497–1507
Advances in Psychological Science

https://doi.org/10.3724/SP.J.1042.2021.01497

社交媒体中自拍相关行为对身体映像的影响

顾 潇[1] 王玉慧[2] 雷 雳[3]

([1]中国人民大学心理学系，北京 100872) ([2]北京工业大学文法学部，北京 100124)
([3]中国人民大学教育学院，北京 100872)

摘 要 社交媒体已经成为人们生活中的一部分，其中自拍是社交媒体上常见的以外貌为核心的信息。研究发现，自拍相关行为与用户的身体映像密切相关。社交媒体上的自拍相关行为包括自拍投入、自拍操纵、发布自拍、浏览自拍和自拍反馈投入等。由于个体在社交媒体上兼具信息发布者和接收者的双重身份，所以可以将自拍投入、自拍操纵和发布自拍归类为发布者的主动性自拍行为，将浏览自拍、自拍反馈投入归类为接收者的反应性自拍行为，同时可以从主动性和反应性两个视角分析自拍相关行为对身体映像的影响，并将作用过程分成身体监测、标准内化、外貌比较，然后从个人、人际、环境三个层面列举可能影响自拍相关行为和身体映像的关系及作用过程的因素。未来研究可以从丰富被试取样、优化研究设计、细究自拍行为、关注调节变量和环境因素等方面进一步探讨自拍相关行为对身体映像的影响，并从理论层面探讨网络空间中建构自我的过程。

关键词 自拍相关行为，身体映像，标准内化，身体监测，社会比较
分类号 B848

1 引言

社交媒体的发展推动了自拍的兴起。“selfie”是自拍的英文名称，在2013年被牛津词典评为年度词汇(Oxford Dictionaries, 2013)，指个人通常使用智能手机或者网络摄像头给自己拍的，并分享到社交媒体上的照片。在当前心理学研究中，自拍往往还强调“自拍的核心是自拍人自己，重点在于脸和身体”、“自拍是在一定程度上经过刻意拍摄、调整并最终发布在社交媒体上的照片”(McLean et al., 2019)。如今，自拍已经是一种流行的、普遍的、跨文化的现象(Etgar & Amichai-Hamburger, 2017)。在中国，微信朋友圈的用户群体覆盖了85.8%的中国网民(中国互联网络信息中心，2017)，几乎每个人的朋友圈里都有自拍爱好者。

身体映像(body image)是研究身体自我(physical self)的重要维度，包括个体对自己身体的认知、想法、信念和感受，显著特点是主观性和感情性(陈红, 2006)。一直以来，中外研究者将身体映像建构成知觉、情感和行为三个成分(徐霞，张建新, 2010)。消极身体映像表现为身体不满意、消极情绪和身体映像担忧等(王玉慧 等，2016)，它不但会导致个体整体的自我评价和生活满意度降低，负性情绪体验增加，而且还是进食障碍、药物滥用等不健康管理行为的有效预测指标(李晴晴，刘毅, 2018)。

近年来，研究者开始关注社交媒体使用对身体映像产生的影响。研究表明，与其他类型的社交媒体使用相比，与外貌有关的社交媒体使用会对用户的身体映像造成更大影响(Saiphoo & Vahedi, 2019)。由于自拍是社交媒体上常见的与外貌相关的信息，所以探讨社交媒体上的自拍相关行为能更集中地反映社交媒体使用对身体映像的影响。例如，研究表明，自拍相关行为与消极身体映像和进食障碍显著正相关(Cohen et al., 2017; Mabe et al., 2014; Meier & Gray, 2014)。然而，目前并没有文章就自拍相关行为对身体映像的影响及作用过程进行系统的论述。本文通过对这一问题进行梳理，同时分别从个人、人际和环境三个层面探讨影响自拍相关行为与身体映像关系及其中作用

收稿日期：2020-07-20
通信作者：雷雳, E-mail: dr.leili@qq.com

过程的因素，可以对未来研究方向提出建议，并为该领域的研究提供一定借鉴。

2 自拍相关行为

社交媒体上的自拍常见于个人资料、状态更新、信息分享中。个体在社交媒体上兼具信息发布者和接收者两重身份(Chang et al., 2019)，并伴随着不同的行为，所以可以据此将自拍相关行为分类，从而明晰各个行为的内涵。

根据 Goffman (1959)提出的印象管理理论，人们在社交环境中想要控制自己的形象和身份相关信息(Rodgers, 2015)，而发自拍是一种高效的自我表达、管理印象的方式(Bayer et al., 2020)。探讨发布自拍动机的研究也表明，人们在意社交网络中他人的意见，并且会通过展示积极自我的方式来进行印象建构和管理(Sung et al., 2016)。印象管理理论还提出，管理形象往往包括“台前展示”和“幕后准备”两个部分(Goffman, 1959)，对于自拍也是如此。所以，在社交媒体上发布自拍并不是一种单一的行为，而是由多个行为构成的一个连续过程。具体来看，除了发布自拍这一“台前展示”行为外，还包括发布自拍之前的挑选自拍和编辑自拍等“幕后准备”行为(Bij de Vaate et al., 2018)。McLean 等人(2015)提出自拍投入(photo investment)这一态度结构和与之相关的行为结构——自拍操纵(photo manipulation)，来描绘在发布自拍前的准备工作。自拍投入反映了个体对照片质量、照片如何描绘个人的关注，以及个体花在选择即将发布的照片时所付出的努力；而自拍操纵指的是在发布照片之前通过软件编辑等手段改变照片中元素的外观，例如个人的身体特征等，在研究中通常直接测量自拍编辑的行为。

除了作为信息发布者在社交媒体上传自拍，用户也能作为信息接收者，在社交媒体上浏览到他人发布的自拍以及他人对自己自拍的反馈。浏览自拍指的是浏览社交媒体上他人(比如名人、明星、同龄人)的自拍及其相关信息，包括点赞和评论。研究表明，个体在社交媒体上浏览信息的时间比发布信息的时间更长(Pempek et al., 2009)，且常常在社交媒体上浏览自拍，比如 Chang 等人(2019)的研究表明，被试报告浏览自拍的频率比发布自拍的频率高。除浏览他人发布的自拍外，个体也能浏览他人对自己自拍的反馈，对这些反馈的关注也是研究者探讨的一种自拍相关行为。自拍反馈投入(selfie feedback investment)指的是个体对发布的自拍所获反馈的关注和投入程度，强调个体努力获取有助于未来赢得他人认可的自拍标准(Butkowski et al., 2019)。一项访谈研究发现，所有参与研究的人都会通过点赞数来收集观众的意见反馈(Chua & Chang, 2016)。

根据个体面对自拍时的不同身份状态，可以将自拍投入、自拍操纵和发布自拍作为信息发布者的主动性自拍行为，将浏览自拍和自拍反馈投入作为信息接收者的反应性自拍行为。以往研究发现，社交媒体上信息发布和信息浏览行为会造成不同的心理影响(刘庆奇 等, 2017)。研究者在自拍情境下也发现了类似的现象，比如，研究发现，浏览自拍和发布自拍与身体自尊的相关方向相反(Chang et al., 2019)。所以，从主动性与反应性两个角度出发来梳理相关研究有助于全面理解自拍相关行为对身体映像的影响。

3 自拍相关行为对身体映像的影响

3.1 主动性自拍行为对身体映像的影响

虽然有研究发现发布自拍的频率与身体映像无关(Yellowlees et al., 2019)，或与积极的身体映像正相关(Chang et al., 2019)，但大多研究结果表明，发布自拍与消极身体映像正相关，包括高估体重、身体不满意、节制饮食等(McLean et al., 2015; Mingoia et al., 2019; Niu et al., 2019)。实验研究也发现，发布自拍会对身体映像造成消极影响，包括产生更多的焦虑情绪、降低对身体吸引力的评价(Mills et al., 2018)、提高身体不满意程度(Tiggemann et al., 2020)。目前存在两种对结果不一致的解释，一是消极的身体映像主要是与发布自拍前的自拍投入、自拍操纵等准备工作有关(McLean et al., 2015; Yellowlees et al., 2019)，即是自拍投入与自拍操纵干扰了身体映像；二是发布精心挑选的自拍后，个体可能获得积极的评价反馈而提升身体映像(Wang et al., 2020)，使得发布自拍行为与积极身体映像相关。

大量研究表明，自拍操纵和自拍投入与消极身体映像正相关，如身体不满意、追求苗条(Cohen et al., 2017; Cohen et al., 2018; Lonergan et al., 2019; McLean et al., 2015; Mingoia et al., 2019)。进一步看，可能有两个原因导致这一现象。首先，

个体编辑自拍的动机与身体映像有关。个体会为了更理想的在线自我呈现、避免获得不良的评价而选择编辑自拍(Bell, 2019; Chae, 2017), 而 Tiggemann 等人(2020)通过实验研究发现, 编辑自拍时顾虑“他人如何评价”、“要展现得比真实自我更好”的动机预测了编辑自拍后的身体不满意。此外, 根据自我差距理论, 感受到多重自我(包括理想、应该、现实自我)之间的差距会引起情绪和行为上的不良后果(Higgins, 1987)。Lamp 等人(2019)通过问卷研究发现编辑自拍会使个体产生欺骗感, 说明个体意识到了理想形象和真实形象的差距, 由此可能引发更高水平的身体映像担忧(Rodgers & Melioli, 2015)。

总结来看, 主动性自拍行为与身体映像之间的关系比较复杂。发布自拍前的准备行为, 包括自拍投入和编辑自拍对身体映像会产生负面影响。发布自拍对身体映像的影响依旧存在争议, 未来需要更多的研究细化两者的关系。比如, 区分发布未编辑自拍和发布编辑后自拍的行为频率对身体映像的影响, 探索发布自拍可能对身体映像起积极作用的心理机制。同时, 目前对主动性自拍行为与身体映像的因果关系存在争议。具体来说, 有研究认为积极的身体映像促使个体有更多自拍发布行为(Ridgway & Clayton, 2016), 而消极的身体映像促使个体有更多编辑自拍的行为(Chua & Chang, 2016)。由于少有纵向研究探讨主动性自拍行为和身体映像之间的相互影响, 所以尚不能明确两者的因果联系。

3.2 反应性自拍行为对身体映像的影响

浏览自拍是典型的反应性自拍行为。以往的横断研究发现, 浏览自拍的频率和消极身体映像正相关, 如身体不满意、低身体自尊(Chang et al., 2019; Wang et al., 2019)。实验研究也表明, 浏览社交媒体上外貌相关的照片(无论照片上的人物是否是名人、人物活动是否在健身), 会使被试身体满意度降低(Brown & Tiggemann, 2016; Casale et al., 2019; Tiggemann & Zaccardo, 2015)。进一步分析这一现象后, 发现个体所浏览的自拍中人像的形象越好, 对其身体映像的消极影响越大。具体来说, 研究发现浏览经过编辑的自拍照直接导致了个体更低的身体映像(Kleemans et al., 2016; Tiggemann & Zinoviev, 2019); 个体看素颜自拍照后的面部满意度, 比看同一个人带妆自拍照后的面部满意度高(Fardouly & Rapee, 2019)。

另一反应性自拍行为是浏览自己发布的自拍所获得的他人反馈。研究者通过访谈得出, 个体会通过所获反馈来判断自我展现是否成功, 获得积极反馈可以增强个体对外貌的信心, 而消极反馈(如缺少点赞)则会被理解为他人对自己外貌的负面评价(Baker et al., 2019; Chua & Chang, 2016)。由此可见, 自拍反馈对个体的身体映像也产生重要影响。研究发现, 个体在发布自拍后获得外貌相关评价的频率与自我客体化、节食行为正相关。具体来说, 个体浏览正面的反馈可能会强化其对外貌的控制行为, 而浏览负面的反馈则可能会导致对身体的自我评价降低, 产生更多的身体监测行为(Niu et al., 2019)。遗憾的是, 自拍获得的评价往往不如自拍者设想的积极(Kramer et al., 2017), 尤其是使用滤镜等自拍编辑方式会因过度自我呈现而使得评价降低(Hong et al., 2020; Vendemia & DeAndrea, 2018)。Vendemia 和 DeAndrea (2018)分别向被试展示经过自拍编辑的两组女性照片, 并要求被试做出对自拍主角的评价, 结果表明被试判断照片经过编辑的程度, 和他们对发布者更低的评价正相关。Hong 等人(2020)通过分析在社交媒体上以“自拍”为关键词搜集到的照片后, 发现使用滤镜的自拍照会获得更少的点赞。

综合来看, 研究结果支持浏览自拍、浏览观众反馈的反应性自拍行为对身体映像存在消极影响。值得注意的是, 自拍情境下的反馈有其特殊性, 具体体现在个体对观众反馈的期待与观众实际态度之间可能存在差异。未来可以进一步探讨观众对自拍的评价标准, 揭示怎样的自拍更易获得观众好评, 并比较个体处于不同身份时对自拍态度的异同, 为用户调整自拍相关行为提供指导。

4 自拍相关行为对身体映像的作用过程

4.1 身体监测

Fredrickson 和 Roberts (1997)在西方社会文化背景下提出客体化理论(objectification theory)。该理论认为, 女性总是被“性注视”从而产生“性客体化”, 久而久之, 女性自身也会内化旁观者的视角, 从而像看待物品一样看待自己的身体, 即自我客体化(self-objectification)。自我客体化会减少女性的心流体验, 导致抑郁、焦虑、进食障碍等问题。身体监测是自我客体化的主要行为表现(Fredrickson

& Roberts, 1997)。早期研究主要使用客体化理论解释女性心理健康的问题，后续则将讨论对象扩大到男性群体(Boursier et al., 2020; Moya-Garofano & Moya, 2019)。大量实证研究表明，自我客体化与消极身体映像正相关(如 Vaughan-Turnbull & Lewis, 2015)。

自拍提供了直接审视并展示自己外貌的机会(Chae, 2019; Kleemans et al., 2016)，主动性自拍行为鼓励了身体监测，并由此对身体映像造成负面影响。Yellowlees 等人(2019)提出拍自拍已经成为一种查看身体的新方式。此外，有研究表明，许多女性表现出了对“是否在社交媒体上显得有吸引力”的持续意识(Choukas-Bradley et al., 2019)。个体作为自拍发布者，可能受这种意识的驱使，在主动性自拍行为上花更多时间、精力而进一步鼓励了身体监测(Mills et al., 2018)。研究发现，在发布自拍前所拍摄的自拍数量、发布自拍、编辑自拍的频率与身体监测水平成正相关(Lamp et al., 2019; Salomon & Brown, 2018)。由自拍行为加强的自我客体化水平进而影响了身体映像。Niu 等人(2019)通过问卷分析得出，发布自拍的频率会通过收到更多外貌相关评价和更高自我客体化水平的链式中介增加进食控制行为。Butkowski 等人(2019)的研究也发现，个体对自拍反馈的投入与瘦身追求存在显著正相关，身体监测在其中起中介作用。

4.2 标准内化

社会文化理论(sociocultural theory)指出媒体、同伴、家庭传递了关于外貌重要性的信息，并迫使人们遵从不现实的外貌理想形象标准(Rodgers, 2015)。当前社会文化施予人们，尤其是女性的理想标准之一，就是要保持苗条年轻的体态(Vendemia & DeAndrea, 2018)。在中国，“A4 腰”、“锁骨放硬币”等在社交媒体上流行一时的风潮也说明了当前社会文化中“以瘦为美”的现象。基于社会文化理论提出的三重影响模型(the tripartite influence model)指出，个体暴露于媒体信息后会内化社会的理想形象(比如瘦或者肌肉型身材)，使得这种不切实际的理想形象成了自己评价外貌的标准，并且频繁地基于这个标准进行外貌比较，从而导致身体映像受损(Thompson et al., 1999)。

由于社交媒体环境内兼具对理想身体形象的媒体描绘与同伴影响，使个体更容易内化这些理想形象标准(Cohen et al., 2018)，反应性自拍行为促进了标准内化的过程，并由此给身体映像带来了负面影响。除通过浏览自拍内化社会理想形象外，个体还会从自拍反馈中获得并内化社会大众对理想形象的标准。研究发现，好看的、客体化的照片会收获更多点赞和评论(Bell et al., 2018; Ramsey & Horan, 2017)，而个体会为了获得更好的评价而做出往标准靠拢的行为(Bij de Vaate et al., 2018; Chua & Chang, 2016)，结果进一步强化社交网络上关于理想标准的信息传递。

对于个人，内化社会理想形象会促使个体意识到自身现状和社会理想形象、自我理想形象之间的差距而导致身体不满意(Rodgers et al., 2011; Rodgers, 2015)。Wang 等人(2019)通过对 1496 名中国中学生的问卷调研得出，对外貌吸引力的内化中介了浏览自拍和体貌不满意之间的正相关。Tiggemann 和 Barbato (2018)通过实验发现，浏览针对他人外貌的评论会引发更高的身体不满意，表明关于外貌的线上交流会加强对理想形象的内化，从而对身体映像造成消极影响。

4.3 外貌比较

社会比较理论(social comparison theory)由 Festinger 在 1954 年提出，他认为社会比较主要分成上行社会比较和下行社会比较；同时，人们更倾向于和自己某些特定属性相似的人进行比较，比如相似年龄、相同性别等(Festinger, 1954)。相比多展现名人、明星、模特形象的大众媒体，社交媒体上有更多可比较的普通人。Fardouly 等人(2017)通过生态瞬时评估法(ecological momentary assessment)发现，女性日常在社交媒体上进行的外貌比较频率高于与传统媒体上的理想形象比较的频率，且多为上行社会比较。由于个人常常出于寻求关注和他人肯定的目的发布自拍，使得社交媒体上充斥着许多普通人经过美化的照片(Kim et al., 2016)，所以浏览自拍可能会通过增加个体进行外貌上的上行比较而损害身体映像。

外貌比较贯穿了整个与自拍相关的行为过程。实证研究表明，外貌比较在浏览自拍与消极身体映像之间起中介作用。例如，研究发现，外貌比较中介了浏览自拍和相貌不满意之间的正向关系(Yang et al., 2020)，以及和身体自尊的负向关系(Chang et al., 2019)。除了具体的形象比较外，个体还会比较所获得的反馈。在自拍的情境中，

观众的反馈(比如点赞和评论)是对个体认可度、受欢迎程度和吸引力的反映。个体会通过比较自己与他人获得的反馈来判断自己是否获得了周围人的认可，进而调整自己的行为(Chua & Chang, 2016; de Vries et al., 2015)。有趣的是，一项研究发现，浏览获得高赞的理想形象照片的被试，报告了比浏览获得低赞的同一照片的被试更高程度的外貌比较，但在浏览普通形象的照片时，却发生了相反的效应，这说明评价带来的影响可能会因具体的评价内容而不同(Tiggemann et al., 2018)。

此外，外貌比较与自拍操纵也有着密切关系。一方面，外貌比较水平高的个体可能会进行更多的自拍编辑，以此来提高自己的身体映像水平。例如，一项纵向研究发现，个体的社会比较水平可以预测一个月后编辑照片的频率(Chae, 2017)。Lee 和 Lee (2019)进一步发现，自拍编辑可以提高用户的外貌展现，从而减少与他人理想形象进行比较而产生的消极影响。这些结果说明，个体对自拍进行的社会比较，可能促使个体通过自拍操纵而进行自我保护。另一方面，个体在编辑完自拍之后，可能会进一步进行外貌比较，从而影响其身体映像。Chang 等人(2019)通过问卷研究发现，与同伴进行的外貌比较在编辑自拍和消极身体自尊之间起中介作用。上述研究结果提示学者们，要考虑社会比较在自拍行为对身体映像影响过程中的持续作用。

4.4　过程整合

通过梳理自拍相关行为对身体映像产生作用的过程，可以发现，各个自拍相关行为之间关系紧密。虽然不同自拍行为在过程上的连续性使得伴随各个行为的心理过程之间的绝对界限相对模糊，但由于个体在做具体行为时身份不同(作为自拍发布者或接收者)，不同类别的自拍行为对身体映像产生影响的路径有明确的偏向。通过总结各种自拍行为的特点及分析具体行为对身体映像的作用过程，可以构建主要作用过程图(如图 1)。总结来看，主要有两个理论可以解释自拍相关行为对身体映像造成影响的过程，分别是客体化理论与社会比较理论。这两个理论在以往探讨传统媒体对身体映像造成影响的研究中也被广泛应用(Tiggemann et al., 2020)。

客体化理论经过多年的发展，内涵得以丰富。Vandenbosch 和 Eggermont (2012)在原理论的基础上发展并通过研究验证了多维度自我客体化模型，包括内化媒体上的理想外貌和身体监测。该模型认为个体通过媒体信息内化理想的外貌形象后，会使个体更看重外貌而非能力，同时产生身体监测。其中，内化媒体上的理想外貌与身体监测和自拍相关行为对身体映像产生影响的过程相对应。对个人来说，作为自拍发布者时，往往是出于积极寻求关注和好评的动机来将自拍作为印象管理的工具，所以会将注意力集中于自我表现上。在通过自拍投入、自拍操纵等准备工作提升自拍中的个人形象，并最终在社交媒体上发布自拍的过程中，个体持续地透过摄像头使用旁观者的视角监控并调整自己的身体，使得身体监测成为主动性自拍行为对身体映像造成影响的主要路径。当个体作为自拍接收者进行反应性自拍行为时，会通过浏览社交媒体上他人的自拍、观众的反馈与意见获得大量的信息。在这个过程中，个体会逐步吸收媒体与同伴的审美标准并将其内化。值得注意的是，虽然在反应性自拍行为中，个体也会想象自己的形象，但此时主要是将自己的外貌与他人自拍进行比较，而不是处在监控状态，也不会有明确的自我调整行为。在主动性自拍行为中，个体也会受到社会标准的影响，但此时个体主要是应用这些标准，而不是内化它们。

基于社会比较理论(Festinger, 1954)，个体更倾向于和身边与自己相近的人比较，而社交媒体中的自拍往往经过美化，使得这类针对外貌进行

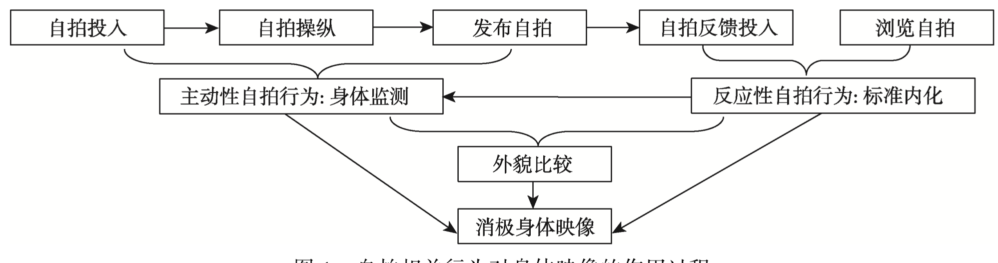


图 1　自拍相关行为对身体映像的作用过程

的社会比较会变成向上社会比较。纵观所有自拍相关行为，个体无论是作为自拍信息发布者或接收者，都会经历与他人进行外貌比较的心理过程，使得自拍相关行为更容易通过社会比较，尤其是向上社会比较对身体映像造成不良影响。

5 影响自拍相关行为与身体映像关系的因素

5.1 个人因素

大量研究发现，女性更易产生消极的身体映像(比如 Bearman et al., 2006)，且女性自拍相关行为的比例比男性更高(Dhir et al., 2016)。因此，当前研究多集中探讨女性自拍行为和身体映像的关系。虽然元分析研究发现性别并没有影响社交媒体使用和身体映像的关系(Saiphoo & Vahedi, 2019)，但目前探讨性别差异的自拍相关研究结果并不一致。有研究发现，自拍相关行为与身体映像的关系没有明显的性别差异(Wang et al., 2019; Yang et al., 2020)；也有研究发现相比较女性，男性浏览同性有吸引力的照片后，身体映像受干扰的程度更低(Casale et al., 2019)。

年龄也可能是影响自拍行为与身体映像关系的一个因素。调查研究发现，个体年龄越长，自拍频率越小，青少年是发布自拍最多的人群(Dhir et al., 2016)。自拍所赋予的自我展示的机会和所引起的对他人评价的担心在发展青少年身份认同和自尊方面有着突出的影响(Chua & Chang, 2016; Jong & Drummond, 2016)。“假想观众”是青少年突出的心理特点，社交媒体情境中潜在的大量观众更增强了青少年这方面的认知。Zheng 等人(2018)发现假想观众水平程度越高的青少年，自拍行为和自我客体化的水平正相关程度越高。此外，由于那些对身体和饮食问题高度关注的青春期少女为了获得对自己身体吸引力的确认，会更频繁地参与自拍这种注重外表的活动(Perloff, 2014)，所以未来研究要更关注本就有消极身体映像的青少年。

媒体素养是指个体抵抗媒体影响和压力而防止内化瘦的理想形象和外貌比较的能力。以往研究发现，媒体素养能够缓冲传统媒体信息对身体映像带来的干扰(McLean et al., 2016)。Chua 和 Chang (2016)的访谈表明，青少年在认识到网络中的个人呈现和实际自我存在差别后，能够减少自拍编辑并鼓励周围人呈现真实的自己。Vendemia 和 DeAndrea (2018)也发现，如果被试越相信照片是经过编辑处理的，他们内化理想形象的程度越低。反之，当青少年不能很好地辨认出自拍被编辑的痕迹时，会更容易内化理想形象而产生对身体的不满(Kleemans et al., 2016)。这些研究结果表明，社交媒体环境下的媒体素养与身体映像有关。总体来说，关于媒体素养在社交媒体的自拍情境下发挥作用的研究较少，媒体素养随着互联网的发展也应该与时俱进，其在自拍情境下的作用值得未来更多研究深入探讨。

5.2 人际因素

根据三重影响理论，除了媒体，家人和同伴也会对身体映像产生影响。父母主要可以从培养亲子关系和管控自拍行为两方面保护孩子的身体映像。研究表明，当个体从关系中获得安全感后，会更少地认为自己需要通过迎合对理想外貌的标准而获得他人的肯定(Holsen et al., 2012)。de Vries 等人(2019)通过问卷调查发现，与母亲的良好关系能够减少社交媒体对青少年女性身体映像带来的影响。这说明和家人的良好关系有助于保护个体的身体映像。对于青少年来说，父母的管控也有助于减少他们身体映像受社交媒体的损害。Fardouly 等人(2018)发现父母越控制前青春期孩子花在社交媒体上时间，孩子们的外貌满意度越高，其中的关系被孩子们花更少的时间浏览信息以及进行更少的社会比较中介。

同伴在塑造个人对美的标准和内化代表美的理想媒体形象时非常重要，尤其对于青少年来说。在自拍情景中，同伴主要通过成为社会比较对象和提供反馈的方式对身体映像产生影响。研究表明，看到漂亮的同伴在社交媒体上更受欢迎，会促使个体在展现自我时掩盖缺陷，并将获得的点赞数直接和同伴对他们外貌的评价联系在一起(Chua & Chang, 2016; de Vries et al., 2015)。现有探讨人际因素在自拍相关行为和身体映像的关系中发挥作用的研究较少。鉴于自拍和自我展现、社会比较的紧密关系，同伴对于个人的影响不容小觑。对于青少年来说，父母和学校对于积极自拍行为和身体映像的引导也值得深入研究。

5.3 环境因素

如前文所述，人们从社交媒体的自拍中内化了理想形象，所以社交媒体环境的改变将直接影响人们的自拍相关行为及其对身体映像造成的不

良后果。具体来说，社交平台可以通过以下两种方式改善社交媒体环境。方法之一是鼓励多样的自拍题材。相比较传统媒体，社交媒体具有一个潜在优势，即它允许用户发布信息，所以社交媒体可以承载更多元、丰富的内容。研究发现，浏览为调侃那些拥有理想身材的名人而拍摄的幽默自拍的个体，比看名人原版照片的个体有更高的身体满意度(Slater et al., 2019)，说明幽默风格可以减少自拍对个体的消极影响，未来可以进一步探索更多有助于提升身体映像的自拍题材。方法之二是设置内容规范。实验研究发现，个体浏览展示健康体态，同时带有自我同情标语的自拍照后，身体映像变得更为积极(Slater et al., 2017)。这说明，社交媒体可以通过宣传、倡议自拍照的内容规范来培养个体产生积极的身体映像。未来可以有更多研究探讨哪些环境设置，将有助于保护个体的身体映像。

6　问题与展望

已有研究探讨了不同自拍行为与身体映像的关系、作用过程和边界条件。但仍然存在一些问题，未来研究可以在此基础上进一步深化，具体包含以下几个方面：

第一，扩展研究群体范围，探讨不同人群所面临问题的异同。一方面，相比较国外研究，目前国内探讨自拍相关行为与身体映像关系的研究较少。由于中外社交平台与自拍相关软件不同，文化背景也存在差异，体现在如审美以及对不同身材的接受度等方面上，所以未来研究不但需要探讨中国人的自拍相关行为对身体映像的影响，还需关注这一影响是否存在跨文化差异。另一方面，由于女性的自拍相关行为频率更高，而青少年正处于自我意识发展的敏感阶段，且是主要的自拍群体，所以目前相关领域的研究多关注女性和青少年。然而，社交媒体覆盖面广泛，并在不断扩张，且不同年龄段的人身体映像发展特点不同，所以未来研究需要关注更广泛的群体，探讨自拍相关行为及其后果的异同。

第二，开展纵向研究，探讨自拍相关行为之间、以及他们和身体映像的发展关系。目前研究大多采用横断研究设计，少部分研究采用行为实验、材料分析、纵向研究，所以研究结果往往无法解决目前存在的不一致结论，比如无法指明发布自拍与积极身体映像和编辑自拍与消极身体映像的因果关系。此外，自拍相关行为与环境有着紧密的联系，且这些关系可能会随着时间发生变化，所以未来应该多开展纵向研究来更好地揭示自拍相关行为与身体映像之间的因果以及发展关系。

第三，细究自拍行为，探讨不同自拍相关行为对身体映像的影响差异。目前的研究多关注某自拍相关行为的频率对身体映像的影响，并没有分辨不同的相似行为可能存在本质差异，而考虑这些差异或许可以解决当前研究结论不一的争议。因此，未来研究可以进一步细化自拍相关行为，比如，考察发布经过编辑和没有经过编辑的自拍对身体映像产生的作用及其差异，也可以探讨个体在社交平台浏览自己自拍时，可能不同于浏览他人自拍时的心理过程。未来研究通过关注它们对身体映像产生影响的过程和结果，比较其中异同，从而更全面地揭示自拍相关行为对身体映像的影响。

第四，关注主动性自拍行为和反应性自拍行为与身体映像之间的调节变量。目前的研究发现，部分因素可以同时影响主动性和反应性自拍行为与身体映像的关系，且产生影响的理由相似。比如，女性之所以比男性更易产生消极身体映像，是因为女性主动性和反应性的自拍行为频率更高。同时，也存在仅作用于某一类行为所产生影响的因素。比如，良好的人际关系通过降低个体靠自拍博取认同的动机而减少主动性自拍行为带来的影响；媒体素养通过保护个体抵抗媒体影响而减少反应性自拍行为带来的影响。未来研究需要厘清影响因素的具体作用对象，分别考虑其对主动性或反应性自拍行为对身体映像所造成后果的影响。此外，由于社交媒体用户的日益增多，自拍对身体映像的影响不容小觑，所以未来研究还要尤其关注发挥保护性作用的因素，并致力于提出解决问题的干预方法。

第五，考虑环境变量，探讨不同社交媒体环境下自拍行为与身体映像关系的异同。从人际传播的角度看，社交媒体应用平台有强弱关系之分。强关系是指个人的社会网络同质性较强，即人与人的关系紧密，且存在很强的情感因素维系着人际关系(汪雅倩, 2015)，比如微信，而微博就相对是一个弱关系应用。由于自拍的一个重要功能是满足自我展示和社会连接的需要，所以在人

际关系性质不同的社交平台上可能会有不同的自拍相关行为，并引起不同的结果。未来的研究可以进一步细化这些区别，有助于对社交媒体平台的相关功能提出建设性的意见。

第六，凝练现象结果，总结网络空间中的自我建构过程。当前研究发现，网络为建构自我提供了不同的场景，而且这些场景不仅不同于线下环境，彼此之间也存在差异。那么，个体进行自我建构时的路径以及影响自我建构的因素是否会因这些环境变化而与线下环境得出的研究结果在某些方面存在显著差异？自拍作为一种网络空间的自我呈现方式，会对用户的自我概念和自我发展产生影响。一方面，身体自我是自我概念的重要组成维度(Shavelson et al., 1976)，而身体映像是研究身体自我的重要切入点。自拍相关行为会通过对身体自我的影响进而影响个体的自尊、自我概念等。另一方面，自拍除身体外貌特征外，还包含了其他信息(如人际关系线索、背景线索等)。这些信息也会影响到个体的友谊质量、关系满意度等，进而对个体的自我发展产生影响。因此，未来研究应进一步关注网络空间中的自我呈现与自我建构，从理论层面探讨网络空间以及个体使用的特征对用户自我建构的影响及作用机制。

参考文献

陈红. (2006). *青少年的身体自我：理论与实证*. 北京：新华出版社.

李晴晴，刘毅. (2018). 身体意象失调的成因：基于“镜中自我”的视角. *心理科学进展, 26*(11), 2013–2023.

刘庆奇，牛更枫，范翠英，周宗奎. (2017). 被动性社交网站使用与自尊和自我概念清晰性：有调节的中介模型. *心理学报, 49*(1), 60–71.

汪雅倩. (2015). 传播心理学视域下微信“晒自拍”行为研究. *新媒体与社会, 4*, 266–273.

王玉慧，吕振勇，陈红，吴双双，肖子伦. (2016). 男性身体意象失调：大众媒体的影响及作用机制. *心理科学进展, 24*(2), 282–292.

徐霞，张建新. (2010). 身体意象的知觉测评和态度测评. *心理科学进展, 18*(12), 1977–1985.

中国互联网络信息中心. (2017, 12). *2016 年中国社交应用用户行为研究报告*. 2020-07-19 取自 http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwxzbg/sqbg/201712/P020180103485975797840.pdf

Baker, N., Ferszt, G., & Breines, J. G. (2019). A qualitative study exploring female college students' Instagram use and body image. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 22*(4), 277–282.

Bayer, J. B., Trieu, P., & Ellison, N. B. (2020). Social media elements, ecologies, and effects. *Annual Review of Psychology, 71*, 471–497.

Bearman, S. K., Presnell, K., Martinez, E., & Stice, E. (2006). The skinny on body dissatisfaction: A longitudinal study of adolescent girls and boys. *Journal of Youth and Adolescence, 35*, 229–241.

Bell, B. T. (2019). “You take fifty photos, delete forty nine and use one”: A qualitative study of adolescent image-sharing practices on social media. *International Journal of Child-Computer Interaction, 20*, 64–71.

Bell, B. T., Cassarly, J. A., & Dunbar, L. (2018). Selfie-Objectification: Self-Objectification and positive feedback ("likes") are associated with frequency of posting sexually objectifying self-images on social media. *Body Image, 26*, 83–89.

Bij de Vaate, A. J. D., Veldhuis, J., Alleva, J. M., Konijn, E. A., & van Hugten, C. H. M. (2018). Show your best self(ie): An exploratory study on selfie-related motivations and behavior in emerging adulthood. *Telematics and Informatics, 35*(5), 1392–1407.

Boursier, V., Gioia, F., & Griffiths, M. D. (2020). Selfie-engagement on social media: Pathological narcissism, positive expectation, and body objectification - which is more influential? *Addictive Behaviors Reports, 11*, Article 100263.

Brown, Z., & Tiggemann, M. (2016). Attractive celebrity and peer images on Instagram: Effect on women's mood and body image. *Body Image, 19*, 37–43.

Butkowski, C. P., Dixon, T. L., & Weeks, K. (2019). Body surveillance on Instagram: Examining the role of selfie feedback investment in young adult women’s body image concerns. *Sex Roles, 81*(5–6), 385–397.

Casale, S., Gemelli, G., Calosi, C., Giangrasso, B., & Fioravanti, G. (2019). Multiple exposure to appearance-focused real accounts on Instagram: Effects on body image among both genders. *Current Psychology*, 1–10.

Chae, J. (2017). Virtual makeover: Selfie-taking and social media use increase selfie-editing frequency through social comparison. *Computers in Human Behavior, 66*, 370–376.

Chae, J. (2019). What makes us accept lookism in the selfie era? A three-way interaction among the present, the constant, and the past. *Computers in Human Behavior, 97*, 75–83.

Chang, L., Li, P., Loh, R. S. M., & Chua, T. H. H. (2019). A study of Singapore adolescent girls' selfie practices, peer appearance comparisons, and body esteem on Instagram. *Body Image, 29*, 90–99.

Choukas-Bradley, S., Nesi, J., Widman, L., & Higgins, M. K.

(2019). Camera-ready: Young women’s appearance-related social media consciousness. *Psychology of Popular Media Culture, 8*(4), 473–481.

Chua, T. H. H., & Chang, L. (2016). Follow me and like my beautiful selfies: Singapore teenage girls’ engagement in self-presentation and peer comparison on social media. *Computers in Human Behavior, 55*, 190–197.

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2017). The relationship between Facebook and Instagram appearance-focused activities and body image concerns in young women. *Body Image, 23*, 183–187.

Cohen, R., Newton-John, T., & Slater, A. (2018). ‘Selfie’-objectification: The role of selfies in self-objectification and disordered eating in young women. *Computers in Human Behavior, 79*, 68–74.

de Vries, D. A., Peter, J., de Graaf, H., & Nikken, P. (2015). Adolescents’ social network site use, peer appearance-related feedback, and body dissatisfaction: Testing a mediation model. *Journal of Youth and Adolescence, 45*(1), 211–224.

de Vries, D. A., Vossen, H. G. M., & van der Kolk-van der Boom, P. (2019). Social media and body dissatisfaction: investigating the attenuating role of positive parent–adolescent relationships. *Journal of Youth and Adolescence. 48*, 527–536.

Dhir, A., Pallesen, S., Torsheim, T., & Andreassen, C. S. (2016). Do age and gender differences exist in selfie-related behaviours? *Computers in Human Behavior, 63*, 549–555.

Etgar, S., & Amichai-Hamburger, Y. (2017). Not all selfies took alike: Distinct selfie motivations are related to different personality characteristics. *Frontiers in Psychology, 8*, Article 842.

Fardouly, J., Magson, N. R., Johnco, C. J., Oar, E. L., & Rapee, R. M. (2018). Parental control of the time preadolescents spend on social media: links with preadolescents’ social media appearance comparisons and mental health. *Journal of Youth and Adolescence, 47*(4), 1456–1468.

Fardouly, J., Pinkus, R. T., & Vartanian, L. R. (2017). The impact of appearance comparisons made through social media, traditional media, and in person in women's everyday lives. *Body Image, 20*, 31–39.

Fardouly, J., & Rapee, R. M. (2019). The impact of no-makeup selfies on young women's body image. *Body Image, 28*, 128–134.

Festinger, L. A. (1954). A theory of social comparison processes. *Human Relations, 7*, 117–140.

Fredrickson, B. L., & Roberts, T.-A. (1997). Objectification theory: Toward understanding women's lived experiences and mental health risks. *Psychology of Women Quarterly, 21*(2), 173–206.

Goffman, E. (1959). *The presentation of self in everyday life.* New York: Anchor Books.

Higgins, E. T. (1987). Self-discrepancy: A theory relating self and affect. *Psychological Review, 94*(3), 319–340.

Holsen, I., Jones, D. C., & Birkeland, M. S. (2012). Body image satisfaction among Norwegian adolescents and young adults: a longitudinal study of the influence of interpersonal relationships and BMI. *Body Image, 9*(2), 201–208.

Hong, S., Jahng, M. R., Lee, N., & Wise, K. R. (2020). Do you filter who you are?: Excessive self-presentation, social cues, and user evaluations of Instagram selfies. *Computers in Human Behavior, 104*, Article 106159.

Jong, S. T., & Drummond, M. J. N. (2016). Hurry up and ‘like’ me: immediate feedback on social networking sites and the impact on adolescent girls. *Asia-Pacific Journal of Health, Sport and Physical Education, 7*(3), 251–267.

Kim, E., Lee, J.-A., Sung, Y., & Choi, S. M. (2016). Predicting selfie-posting behavior on social networking sites: An extension of theory of planned behavior. *Computers in Human Behavior, 62*, 116–123.

Kleemans, M., Daalmans, S., Carbaat, I., & Anschütz, D. (2016). Picture perfect: The direct effect of manipulated Instagram photos on body image in Adolescent Girls. *Media Psychology, 21*(1), 93–110.

Kramer, N. C., Feurstein, M., Kluck, J. P., Meier, Y., Rother, M., & Winter, S. (2017). Beware of selfies: The impact of photo type on impression formation based on social networking profiles. *Frontiers in Psychology, 8*, 188.

Lamp, S. J., Cugle, A., Silverman, A. L., Thomas, M. T., Liss, M., & Erchull, M. J. (2019). Picture perfect: The relationship between selfie behaviors, self-objectification, and depressive symptoms. *Sex Roles, 81*(11–12), 704–712.

Lee, M. & Lee, H.-H. (2019). Can virtual makeovers using photo editing applications moderate negative media influences on SNS users’ body satisfaction? *Canadian Journal of Behavioural Science, 51*(4), 231–238.

Lonergan, A. R., Bussey, K., Mond, J., Brown, O., Griffiths, S., Murray, S. B., & Mitchison, D. (2019). Me, my selfie, and I: The relationship between editing and posting selfies and body dissatisfaction in men and women. *Body Image, 28*, 39–43.

Mabe, A. G., Forney, K. J., & Keel, P. K. (2014). Do you "like" my photo? Facebook use maintains eating disorder risk. *International Journal of Eating Disorders, 47*(5), 516–523.

McLean, S. A., Jarman, H. K., & Rodgers, R. F. (2019). How do "selfies" impact adolescents' well-being and body confidence? A narrative review. *Psychology Research and Behavior Management, 12*, 513–521.

McLean, S. A., Paxton, S. J., & Wertheim, E. H. (2016). The measurement of media literacy in eating disorder risk

factor research: Psychometric properties of six measures. *Journal of Eating Disorders, 4*, 1–12.

McLean, S. A., Paxton, S. J., Wertheim, E. H., & Masters, J. (2015). Photoshopping the selfie: Self photo editing and photo investment are associated with body dissatisfaction in adolescent girls. *International Journal of Eating Disorders, 48*(8), 1132–1140.

Meier, E. P., & Gray, J. (2014). Facebook photo activity associated with body image disturbance in adolescent girls. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 17*(4), 199–206.

Mills, J. S., Musto, S., Williams, L., & Tiggemann, M. (2018). “Selfie” harm: Effects on mood and body image in young women. *Body Image, 27*, 86–92.

Mingoia, J., Hutchinson, A. D., Gleaves, D. H., & Wilson, C. (2019). The relationship between posting and photo manipulation activities on social networking sites and internalization of a tanned ideal among Australian adolescents and young adults. *Social Media and Society, 5*(1), 1–10.

Moya-Garofano, A., & Moya, M. (2019). Focusing on one's own appearance leads to body shame in women but not men: The mediating role of body surveillance and appearance-contingent self-worth. *Body Image, 29*, 58–64.

Niu, G., Sun, L., Liu, Q., Chai, H., Sun, X., & Zhou, Z. (2019). Selfie-Posting and young adult women’s restrained eating: The role of commentary on appearance and self-objectification. *Sex Roles, 82*(3), 232–240.

Oxford Dictionaries. (2013). Retrieved July 19, 2020, from https://languages.oup.com/word-of-the-year

Pempek, T. A., Yermolayeva, Y. A., & Calvert, S. L. (2009). College students' social networking experiences on Facebook. *Journal of Applied Developmental Psychology, 30*(3), 227–238.

Perloff, R. M. (2014). Social media effects on young women’s body Image concerns: Theoretical perspectives and an agenda for research. *Sex Roles, 71*, 363–377.

Ramsey, L. R., & Horan, A. L. (2017). Picture this: Women’s self-sexualization in photos on social media. *Personality and Individual Differences, 133*, 85–90.

Ridgway, J. L., & Clayton, R. B. (2016). Instagram unfiltered: Exploring associations of body image satisfaction, Instagram #selfie posting, and negative romantic relationship outcomes. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking, 19*(1), 2–7.

Rodgers, R., Chabrol, H., & Paxton, S. (2011). An exploration of the tripartite influence model of body dissatisfaction and disordered eating among Australian and French college women. *Body Image, 8*(3), 208–215.

Rodgers, R. F. (2015). The relationship between body image concerns, eating disorders and internet use, part II: An integrated theoretical model. *Adolescent Research Review, 1*(2), 121–137.

Rodgers, R. F., & Melioli, T. (2015). The relationship between body Image concerns, eating disorders and internet use, part I: A review of empirical support. *Adolescent Research Review, 1*(2), 95–119.

Saiphoo, A. N., & Vahedi, Z. (2019). A meta-analytic review of the relationship between social media use and body image disturbance. *Computers in Human Behavior, 101*, 259–275.

Salomon, I., & Brown, C. S. (2018). The selfie generation: Examining the relationship between social media use and early adolescent body image. *The Journal of Early Adolescence, 39*(4), 539–560.

Shavelson, R. J., Hubner, J. J., & Stanton, G. C. (1976). Self-Concept: Validation of Construct Interpretations. *Review of Educational Research, 46*(3), 407–441.

Slater, A., Cole, N., & Fardouly, J. (2019). The effect of exposure to parodies of thin-ideal images on young women's body image and mood. *Body Image, 29*, 82–89.

Slater, A., Varsani, N., & Diedrichs, P. C. (2017). #fitspo or #loveyourself? The impact of fitspiration and self-compassion Instagram images on women's body image, self-compassion, and mood. *Body Image, 22*, 87–96.

Sung, Y., Lee, J.-A., Kim, E., & Choi, S. M. (2016). Why we post selfies: Understanding motivations for posting pictures of oneself. *Personality and Individual Differences, 97*, 260–265.

Thompson, J. K., Heinberg, L. J., Altabe, M. N., & Tantleff-Dunn, S. (1999). *Exacting beauty: Theory, assessment, and treatment of body image disturbance*. Washington, DC: American Psychological Association.

Tiggemann, M., Anderberg, I., & Brown, Z. (2020). Uploading your best self: Selfie editing and body dissatisfaction. *Body Image, 33*, 175–182.

Tiggemann, M., & Barbato, I. (2018). “You look great!”: The effect of viewing appearance-related Instagram comments on women's body image. *Body Image, 27*, 61–66.

Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram "likes" on women's social comparison and body dissatisfaction. *Body Image, 26*, 90–97.

Tiggemann, M., & Zaccardo, M. (2015). "Exercise to be fit, not skinny": The effect of fitspiration imagery on women's body image. *Body Image, 15*, 61–67.

Tiggemann, M., & Zinoviev, K. (2019). The effect of #enhancement-free Instagram images and hashtags on women's body image. *Body Image, 31*, 131–138.

Vandenbosch, L., & Eggermont, S. (2012). Understanding sexual objectification: A comprehensive approach toward media

exposure and girls' internalization of beauty ideals, self-objectification, and body surveillance. *Journal of Communication, 62*(5), 869–887.

Vaughan-Turnbull, C., & Lewis, V. (2015). Body image, objectification, and attitudes toward cosmetic surgery. *Journal of Applied Biobehavioral Research, 20*(4), 179–196.

Vendemia, M. A., & DeAndrea, D. C. (2018). The effects of viewing thin, sexualized selfies on Instagram: Investigating the role of image source and awareness of photo editing practices. *Body Image, 27*, 118–127.

Wang, Y., Fardouly, J., Vartanian, L. R., & Lei, L. (2019). Selfie-viewing and facial dissatisfaction among Chinese adolescents: A moderated mediation model of general attractiveness internalization and body appreciation. *Body Image, 30*, 35–43.

Wang, Y., Wang, X., Liu, H., Xie, X., Wang, P., & Lei, L. (2020). Selfie posting and self-esteem among young adult women: A mediation model of positive feedback and body satisfaction. *Journal of Health Psychology, 25*(2), 161–172.

Yang, J., Fardouly, J., Wang, Y., & Shi, W. (2020). Selfie-viewing and facial dissatisfaction among emerging adults: A moderated mediation model of appearance comparisons and self-objectification. *International Journal Environmental Research & Public Health, 17*(2), 672.

Yellowlees, R., Dingemans, A. E., Veldhuis, J., & Bij de Vaate, A. J. D. (2019). Face yourself(ie): Investigating selfie-behavior in females with severe eating disorder symptoms. *Computers in Human Behavior, 101*, 77–83.

Zheng, D., Ni, X. L., & Lou, Y. J. (2018). Selfie posting on social networking sites and female adolescents' self-objectification: The moderating role of imaginary audience ideation. *Sex roles, 80*, 325–331.

The influence of selfie related behavior in social media on body image

GU Xiao[1], WANG Yuhui[2], LEI Li[3]

([1] *Department of Psychology, Renmin University of China, Beijing* 100872, *China*)

([2] *Faculty of Humanities and Social Sciences, Beijing University of Technology, Beijing* 100124, *China*)

([3] *School of Education, Renmin University of China, Beijing* 100872, *China*)

Abstract: Social media has now become a part of our life, in which selfie is a common information oriented by appearance on social media. It is found that the selfie-related behavior is closely related to the user's body image. The selfie-related behaviors on social media include selfie investment, selfie manipulation, selfie posting, selfie viewing, selfie feedback investment. Since individuals are both publishers and receivers of information on social media, selfie investment, selfie manipulation and selfie posting can be regarded as publisher's initiative selfie behavior, while selfie viewing and selfie feedback investment fall into the category of receiver's reactive selfie behavior. Meanwhile, how selfie related behavior affects body image can be analyzed from two perspectives of initiative and reactive behavior. The process of effect can be divided into body surveillance, standard internalization and appearance comparison. And then the factors in individual, interpersonal and environmental aspects may affect the relations between selfie-related behavior and body image as well as the process of effect. The research in future can be adopted to further explore how selfie-related behavior affects body image by enriching subject sampling, optimizing research design, studying other selfie behavior, paying attention to moderating variables and environmental variables, and discuss the process of self-construction in cyberspace from a theoretical perspective.

Key words: selfie related behaviors, body image, internalization, body surveillance, social comparison